

**УДК 159.92**

**ДУБРАВСЬКА Н.М., к.психол.н.**

**м.Житомир**

## **«УСПІХ» І «НЕВДАЧА» ЯК ІНДИВІДУАЛЬНО-ОСОБИСТІСНІ КОРЕЛЯТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ**

***Анотація.** У статті здійснено психологічний аналіз індивідуально-особистісних корелятів підприємницької поведінки через категорії «успіх» і «невдача». Розкрито відмінності у сприйманні різних соціальних та професійних груп понять «успіх» і «невдача».*

***Ключові слова:** підприємництво, професійна діяльність, мотивація, успіх, невдача.*

***Аннотация.** В статье представлен психологический анализ индивидуально-личностных коррелят предпринимательского поведения через категории «успех» и «неудача». Раскрыты отличия в восприятии разных социальных и профессиональных групп понятий «успех» и «неудача».*

***Ключевые слова:** предпринимательство, профессиональная деятельность, мотивация, успех, неудача.*

***Abstract.** The article deals with the psychological analysis of individual and personal correlates of entrepreneurial behavior through the categories of "success" and "failure". The differences in the perception of various social and professional groups of the concepts of "success" and "failure" are revealed.*

***Keywords:** entrepreneurship, professional activity, motivation, success, failure.*

**Постановка проблеми.** Надзвичайно важливе місце в розвитку економічного життя країни займає психологічний фактор. В даному випадку мова йде про індивідуально-психологічні характеристики суб'єктів, що змінюють соціально-економічну реальність суспільства. Важливість психологічного фактору в зміні економічного устрою суспільства підкреслювали Т.Веблен, Г.Тардт, В.Зомбарт, Дж.Кейнс та ін. Особливе значення в цьому процесі розвитку вони віддають підприємництву.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Психологія підприємництва на сьогоднішній день створила базу даних, яка дозволяє виділити окремі структури особистості, що визначають схильність людини до успішної підприємницької діяльності (К.Варнерід, П.Девідсон, П.Друкер, М.Кетс-де-Вриз, А.Маршалл, А.Мартінеллі, М.Маккобі, Ф.Найт, М.Пітерс, Ж.-Б.Сей, А.Сміт, Р.Хізрич, Й.Шумпетер; А.І.Агеев, Л.В.Дунаєвський, С.Г.Клімова, М.О.Лапуста, І.Е.Мусаелян, В.П.Позняков, В.Д.Попов, С.К.Рощин, Ю.О.Сливницький, В.В.Червяков, В.О.Чередніченко, О.Є.Чирикова, В.Д.Шапіро; О.В.Бондаренко, В.М.Колот, В.Р.Костюк, О.Г.Левцун, Л.М.Лисенко, М.Д.Міщенко, Ю.Ф.Пачковський, Н.А.Побірченко, С.Ф.Покропивний, О.П.Сергеєнкова, М.С.Соболь, Ю.М.Швалб та ін. Була піддана ретельному вивченню теорія Дж.Роттера про співвідношення зовнішньої і внутрішньої мотивації, теорія успіху Д.Мак-Клелланда та ін. Проте на сьогоднішній день зв'язок вказаних характеристик лише з підприємницькими схильностями однозначно не підтвердився, відмінні особливості психічної системи власне підприємців не знайдені.

Вважається актуальним вивчення психологічних характеристик людей, які проявляють підприємницьку активність в умовах суспільства, що змінює свою соціально-економічну орієнтацію. **Метою** даної статті є дослідження власне індивідуально-психологічних особливостей суб'єктів підприємницької діяльності через об'єктивацію «образу підприємця» в розрізі категорій «успіх» і «невдача».

**Виклад основного матеріалу.** Першим психологічним дослідженням особистості підприємця є дослідження мотивації досягнення у бізнесменів, здійснене Д.Мак-Клелландом на початку 60-х років минулого століття [6]. Дослідження, теоретичну основу якого склала теорія мотивації досягнення, було першою спробою виявити, чи мають підприємці тенденцію до створення специфічного “психологічного класу”, який суттєво відрізняється від решти популяції не-підприємців.

Д.Мак-Клелланд відстоював беззаперечність мотиву досягнення як значного спонукання до бізнесової діяльності, а підприємців вбачав у людях, які здатні брати на себе високу відповідальність. Підприємець характеризується найвищим рівнем мотиву досягнення, який пов’язаний з його прагненням до реалізації цілей, або детермінованих соціальними нормами, або поставлених самостійно. Керуючись необхідними емпіричними даними, вчений стверджує, що підприємці повинні мати високорозвинуту потребу в досягненні, яка, в свою чергу, обумовлює певний набір поведінкових характеристик і особистісних рис. Особам з мотивацією досягнення, на думку Мак-Клелланда, властиві наступні характеристики: впевненість в успіху справи, активний пошук інформації для оцінки власного успіху, готовність брати відповідальність і рішучість у ситуаціях невизначеності, велика наполегливість у досягненні поставленої мети, прагнення до розумного ризику, середній, реалістичний рівень домагань, підвищення рівня домагань після досягнення успіху та зниження після невдачі [6].

Дослідження Б.Асверус [3] показують, що в оцінці особистісної значущості цінностей підприємницької діяльності, такий мотив як прагнення до прагматичного успіху – гроші і матеріальні набутки як кінцева мета – займають місце нижче п’ятого. Найбільше у своїй роботі підприємці цінують можливість обміну думками з колегами і сумісну розробку процедури прийняття рішень. Рівень професіоналізму вони пов’язують з можливостями самоактуалізації і отримання задоволення від своєї роботи.

«Складність проблеми створення системного психологічного уявлення щодо мотиваційних тенденцій, які лежать в основі підприємницької активності, дозволяє нам зробити припущення, що підприємництво невід’ємно пов’язане з усвідомленням самореалізації, особистісного зростання та власної незалежності і самостійності у діях саме через діяльність даного спрямування, яке і є тим джерелом активності, що визначає діяльність і поведінку ділової людини, складає основу її мотивації, зокрема мотивації досягнення успіху», – зазначають у своєму дослідженні Л.П.Журавльова і Н.М.Кульбіда [2, с.138].

За поглядами А.Л.Журавльова і В.М.Познякова [1], для суб’єктів підприємницької діяльності констатовано найбільшу спонукальну силу мотивів, пов’язаних із прагненням до особистої незалежності і бажанням реалізувати свої професійні здібності. Такого висновку доходять і дослідження, проведені серед вітчизняних підприємців, під керівництвом Т.А.Нельги [5]. Результати соціологічного опитування вказують на те, що людей у підприємстві здебільшого приваблює “можливість діяти самостійно”, “можливість проявити свої здібності, займаючись при цьому цікавою справою” і лише потім “високі доходи”.

В ментальності людей вітчизняного регіону до певного часу не розвивалось прагнення до індивідуального успіху, в той час як мотивація досягнення успіху – найважливіша риса особистості підприємця, важлива характеристика результативності діяльності людини. Тому порівняння смислових значень понять «успіх» і «невдача» виявилось нам цікавим.

Наше дослідження проводилось в розрізі методу семантичного диференціалу, вперше розробленого Ч.Осгудом як засобу осмислення психології понять. Досліджуваним різних соціальних і професійних груп, чисельністю по 30 осіб в кожній, пропонувалось оцінити відношення до понять «успіх» і «невдача», використовуючи діаметрально протилежні характеристики особистості, за інтервальними показниками: 3 – яскраво

виражена характеристика, 2 – виражена, 1 – скоріше виражена, ніж не виражена, 0 – не проявляється.

Результати підрахунку семантичної відстані між поняттями «успіх» і «невдача» у різних груп досліджуваних методом семантичного диференціалу представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Семантична відстань між поняттями «успіх» і «невдача» у  
досліджуваних груп

Групи досліджуваних	Школярі	Студенти - психологи	Студенти технологічного університету	Тимчасово непрацюючі	Мед.працівники	Підприємці
Школярі	3,07					
Студенти-психологи	<u>1,23</u> 0,84	4,65				
Студенти техн. університету	<u>0,47</u> 0,36	<u>1,05</u> 0,28	3,29			
Тимчасово непрацюючі	<u>0,94</u> 0,74	<u>0,26</u> 0,68	<u>0,84</u> 0,98	3,80		
Мед.працівники	<u>0,39</u> 0,66	<u>1,15</u> 0,61	<u>0,57</u> 0,62	<u>0,92</u> 0,62	3,27	
Підприємці	<u>0,64</u> 0,42	<u>1,39</u> 1,52	<u>0,39</u> 1,19	<u>1,19</u> 0,59	<u>0,66</u> 0,72	2,96

Примітка: відстань між поняттями «успіх» і «невдача» в межах групи зазначена по діагоналі, а між групами – у відповідних рядках. В чисельнику подається відстань між груповими поняттями «успіх», в знаменнику – «невдача».

Як бачимо, семантика поняття «успіх» у підприємців найближча до семантики студентів технологічного університету ( $D=0.39$ ), а найвіддаленіша від семантики студентів-психологів ( $D=1.39$ ). Семантична відстань поняття «невдача» у підприємців найближча до школярів ( $D=0.42$ ), а найвіддаленіша – від того змісту, яке вкладають в це поняття студенти-психологи ( $D=1.52$ ). В той же час, розуміння «невдачі» студентами-психологами близьке до розуміння студентів технічного профілю ( $D=0.28$ ).

Цікавим є факт, що у підприємців відносно всієї групи відстань між досліджуваними поняттями найменша ( $D=2.96$ ). Водночас, у студентів-психологів відстань між поняттями «успіх» і «невдача» найбільша ( $D=4.65$ ).

З огляду на отримані результати, можна констатувати, що підприємці є такими ж безпосередніми і неупередженими по відношенню до невдач, як і школярі; інтелектуально-раціональні, як студенти з технічним мисленням; безстрашні по відношенню і до успіху, і до невдач, як медики. «Відстань» між цими поняттями, що символізують межі поведінки в діяльності, у підприємців менша, ніж в семантиці «успіх-невдача» інших груп досліджуваних. Можливо, сприймання і переживання станів, пов'язаних з успіхом і невдачею у підприємців біль «економічніше». Ці емоційно-значущі для людей поняття в просторі свідомості підприємців займають «менше місця», винесені на інший рівень психіки.

Аналіз змісту визначень понять «успіх» і «невдача» досліджуваними всіх груп дозволив якісно оцінити відмінності (подібності) у розумінні, представити їх структуру, а також ознаки «успіху» і «невдачі».

«Специфічні» по групам досліджуваних ознаки, важливі для сприйняття успіху, нами виділені такі:

- у підприємців – це відповідність зробленого внутрішньому потенціалу («зробив відповідно своїм здібностям»); радісна робота; переміг («зміг»);
- у студентів-психологів – самореалізація, стиль;
- у студентів технологічного університету – впевненість у завтрашньому дні, компетентність;
- у школярів – власні зусилля, гарні оцінки, схвалення іншими.

Медичні працівники переважно називали показники «успіху», подібні до тих, що називали досліджувані інших груп.

В поняття «успіх» досліджувані всіх груп вклали наступні ознаки:

- досягнення цілі (крім школярів);
- визнання оточуючими (крім школярів);

- відчуття задоволеності, радість;
- везіння, вдача (крім студентів технологічного університету і психологів);
- матеріальний статок;
- сімейне благополуччя (крім студентів технологічного університету і школярів);
- краса (крім школярів, медичних працівників);
- здоров'я (крім студентів технологічного університету і школярів);
- гармонія, спокій в душі (крім школярів).

«Специфічні» показники поняття «невдача» такі:

- у підприємців – не вистачило сил, не спланував, не знаєш, де шукати;
- у студентів-психологів – невдале життя;
- у студентів технологічного університету – відрахування з університету, невміння спілкуватися;
- у школярів – погані оцінки;
- у медичного персоналу – сімейне неблагополуччя, матеріальна нестабільність.

Поняття «невдача» досліджувані в цілому по групі наділили наступними ознаками:

- недосягнуті цілі (у підприємців – зроблена робота не відповідає твоїм здібностям);
- невезіння;
- незадоволеність (крім медиків та школярів);
- невідповідність витрат результату (крім медиків, школярів, студентів технологічного університету);
- виникнення проблем, перешкод (крім школярів і підприємців);
- невпевненість (крім студентів технологічного університету, психологів, підприємців);
- незреалізований внутрішній потенціал;

- поганий стан здоров'я (крім студентів технологічного університету, підприємців);
- відсутність грошей (крім студентів технологічного університету, підприємців);
- втрата авторитету (вказано лише студентами-психологами).

**Висновок і перспективи подальших розробок.** Мотивація досягнення успіху є головною особистісною детермінантою, що визначає успішність професійної діяльності підприємців. Спостерігаються деякі якісні відмінності у розумінні понять «успіх» і «невдача» у підприємців і досліджуваних інших суспільних і професійних груп. Підприємці, можливо, при сприйманні успіху і невдач більш незалежні від зовнішніх факторів (сім'ї, як медики; оцінки іншими людьми результатів праці, як школярі). Звісно, визнання іншими для них важливе, але передусім у досягненні успіху вони орієнтуються на реалізацію і повне розкриття себе в роботі відповідно до своїх здібностей і докладання власних зусиль. Успіх для підприємців – це долавання перешкод.

Перспективу подальших доробок ми вбачаємо у пошуку шляхів формування мотивації досягнення успіху майбутніх суб'єктів підприємницької діяльності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Журавлєв А.Л., Позняков В.П. Социально-психологические трудности становления малого бизнеса в России (анализ группового мнения предпринимателей)/ А.Журавлев, В.Позняков // Психологический журнал. – 1993. – №6. – С. 18- 26.
2. Журавльова Л.П., Кульбіда Н.М. Теоретичні та прикладні аспекти мотивації діяльності підприємців / Л.Журавлева, Н.Кульбіда // Педагогіка і психологія професійної освіти. – №4. – Львів: Інститут педагогіки і психології професійної освіти АПН України, 2002.– С. 138-143.
3. Корнилова Т.В. О книге Б.Асверус “Философия предпринимательства и личностное развитие” / Т.Корнілова // Вопросы психологии. – 1995. – №4. – С.130-132.



4. Мотивація підприємницької діяльності / Л.Карамушка, Н.Худякова: Монографія. – К.-Львів: Сполом, 2011. – 208 с.
5. Нельга Т.А. Украинское предпринимательство: исторические предпосылки и социокультурные детерминанты / Т.Нельга // Философская и социологическая мысль. – 1994. – №7-8. – С.81-89.
6. McClelland D.C., Boyatzis R.E. Leadership motive pattern and long-term success in management /D.McClelland, R.Boyatzis // Journal of Applied Psychology. – 1982. – Vol.67. – P. 737-743.